دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية

الأستاذ :بريش عبد القادر
أستاذ مساعد مكلف بالدروس
جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

الأستاذ : زيدان محمد
أستاذ مساعد مكلف بالدروس
جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

مقدمــة : على ضوء التغيرات العالمية المتعددة التي شهدها العقد الأخير من القرن العشرين ، والتي لازالت تتفاعل فيما بينها مع حلول هذا القرن يشهد العالم والاقتصاد العالمي موجة تحرير التجارة العالمية بكل جوانبها السلعية والخدمية وحقوق الملكية ...والتي تعني في النهاية إزالة كل القيود التي تقف عائقا أمام تحركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال والعمالة ، إلى جانب الثورة التكنولوجية والمعلوماتية بكل أبعادها والتي من شأنها أن تؤثر على كل مناحي الحياة اليومية كالتجارة والتعليم والعمل وغيرها . ولا توجد قوة واحدة يمكنها أن تجسد هذا التحول الإلكتروني أكثر من الوسيلة الناشئة والمعروفة بالانترنيت ،والتي أوجدت نماذج جديدة للتفاعل التجاري وتطويره المستمر.

إن التجارة الإلكترونية التي يتجاوز حجمها 300 مليار دولار قد بدأت تفرض نفسها على كبريات الشركات العالمية والشركات الصغيرة على السواء ، حيث تغيرت رؤية أصحاب المال والأعمال تجاه أساليب التجارة والتسويق التقليدية ، نظرا لما توفره التجارة الإلكترونية من الوقت والجهد والمال والقدرة على التغلغل ، واختراق كافة الأسواق دون الحاجة لأساليب التسويق المعمول بها حاليا .

لقد شهدت التجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة نموا متزايدا سواء من حيث حجمها أو عدد مستخدميها ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تستعمل 50000 شركة التجارة الإلكترونية أو الانترنيت في تسهيل تعاملاتها التجارية ، حيث تشير بعض المصادر إلى أن حجم التجارة الإلكترونية بين الشركات الأمريكية سوف يبلغ 400 مليار في غضون السنتين المقبلتين .

لقد لعبت البنوك الإلكترونية أو بنوك الانترنيت دورا كبيرا في زيادة حجم التجارة الإلكترونية نظرا للتسهيلات التي تقدمها للمتعاملين في مجال تسوية المعاملات ، حيث تم تجاوز العديد من الصعوبات ، وبذلك فرضت هذه البنوك نفسها في السوق المصرفية المحلية والعالمية.

إن مصطلح التجارة الإلكترونية لا يزال غائبا في الدول العربية وعن التجارة العربية سواء البينية أو مع العالم الخارجي حيث لا يتجاوز نصيب الدول العربية 8 % من حجم التجارة الإلكترونية على الرغم من أن الاقتصاد العربي يمثل 31 % من الاقتصاد العالمي (1).

هذا ما حفزنا لاختيار هذا الموضوع نظرا لأهميته في ظل ما يسمى بالاقتصاد الجديد New Economyالذي نتج عن التفاعل بين ثورة المعلومات والاتصالات وبين العولمة ، خاصة وأن جل الدول العربية ومن بينها الجزائر قد بدأت تحضر للاندماج في الاقتصاد العالمي من خلال الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة . سنحاول عبر هذا المقال التطرق إلى النقاط التالية :

أولا- التعريف بالتجارة الإلكترونية .

ثانيا- مبادئ تسهيل التجارة الإلكترونية .

ثالثا - القواعد التي تحكم التجارة الإلكترونية.

رابعا- مزايا ومخاطر التجارة الإلكترونية.

خامسا- دور البنوك الإلكترونية في زيادة حجم التجارة الإلكترونية .

سادسا- مخاطر التعامل عن طريق البنوك الإلكترونية وطرق الوقاية منها.

أولا : التعريف بالتجارة الإلكترونية وأهميتها :

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها في شتى مجالات الحياة ، حيث نجد أن التجارة تطورت بشكل كبير بفضل تزايد عقد الصفقات التجارية ،حيث حقق الانترنيت حلم رجال الأعمال والمال وأشغل الاهتمام بالتجارة الإلكترونية ومختلف البيانات المتعلقة بها باستخدام وسائل تبادل البيانات إلكترونيا(Electronic Data Inter change (EDI وأيضا تحويل الاستثمار إلكترونيا . وقد بدأ هذا النظام في السبعينات من القرن الماضي ومازال حتى الآن يعتبر حجر الأساس للتجارة الإلكترونية .

يعتمد EDI بصورته التقليدية على شبكة تسمى القيمة المضافة Value Added Network (VAN) ، حيث تقوم EDI بتجميع المعلومات والبيانات مثل بيانات المبيعات من عدة فروع الذي ينتج عنها طلبات شراء الموردين وترسل EDI هذه المعلومات إلى VAN حيث يوجد صندوق بريد إلكتروني يسمح بالاتصال المباشر بأجهزة حواسب الشركاء ،وأدى هذا إلى سرعة إرسال البيانات وزيادة كفاءة العمليات . واليوم في مجال التجارة الإلكترونية يحول عدد كبير من شركات الأعمال التي تتبع نظام EDI إلى الشبكات ولكن ليس في صورة VAN ولكن عن طريق أنظمة حديثة تتمثل في X.400 والبريد الإلكتروني e-mail وشبكة الانترنيت Internet والعمليات التي تتم على الشبكة العنكبوتية Web. لكن عددا من الشركات الصغيرة وجدت أن امتلاك تكنولوجيا الاتصالات أصبح مكلفا فاتجهت إلى استخدام ما يسمى بتجارة الشبكات Net Commerce التي تسهل تبادل المعلومات داخل الشركات من خلال شبكة الإنترانيت Intranet ، أو من خلال شبكة الإكسترانت Extranet التي تستخدم معايير شبكة الإنترنت لتبادل المعلومات التجارية والمالية .

1- مفاهيم التجارة الإلكترونية :

لقد أعطى الخبير الاقتصادي الأمريكي نيكولاس بيرتلي مفهوما للتجارة الإلكترونية " إن مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية وتفريغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو إلى الشركة ، وعلاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي بما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من أحجامها " (1).

أما منظمة التجارة العالمية فقد عرفت التجارة الإلكترونية على أنها مجموعة متكاملة من عمليات الصفقات وتأسيس الروابط وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية (2). كما تعرف المؤسسة العربية لضمان الاستثمارالتجارة الإلكترونية علىأنها " التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات وشبكة الإنترنت عبر التبادل الإلكتروني لبيانات متجاوزة الزمان والمكان وتغطي قطاعات عديدة ، وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع والتسجيل والتسليم" (3).

كما يعرف البعض التجارة الإلكترونية بأنها تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية فيما يخص السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية ، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وهي وسيلة سهلة وسريعة لإبرام الصفقات التجارية إلكترونيا ، سواء كانت التجارة في السلع والخدمات أو المعلومات وبرامج الكمبيوتر(4).

تشمل محاور التجارة الإلكترونية إلغاء التعريفة الجمركية وإتباع نظم ضريبية مبسطة مع وضع نظام إلكتروني للسداد ، وإتباع (كود Code) تجاري موحد وإزالة العوائق التجارية والإدارية لتسهيل العمل بها وتسهيل إجراء العمليات المصرفية اللازمة والتسهيلات الائتمانية المتاحة .

لقد استفاد الكثيرون من فوائد التجارة الإلكترونية في خفض التكاليف وتحسين الكفاءة عن طريق الإقلال من تناول الأوراق مع تفصيل وملاءمة السلع والخدمات طبقا لاحتياجات ومتطلبات العملاء ، مع تحسين وضع المنتجين التنافسي .

حققت بعض الشركات نجاحا كبيرا بسبب كونها قد بادرت بخوض هذا الميدان من جهة ، وإنما كانت أفضل الشركات من حيث الأداء من جهة أخرى ، ومنها شركة General Electric الأمريكية التي كانت رائدة في عقد الصفقات مع الشركات الأخرى عبر خطوط الإنترنت خصوصا مع أصحاب متاجر بيع وتسويق أجهزتها ، كما نجحت شركة **Deel** للكمبيوتر في تسويق أجهزتها عبر الشركة الدولية حيث سهلت على عملائها اختيار بضائعها ، وتمكنت خلال فترة قصيرة من تحسين موقع اسمها في السوق .

كما يعتبر متجر Amazone لتسويق الكتب إلكترونيا مثالا ممتازا على نجاح التجارة الإلكترونية ، فقبل أربع سنوات لم يوجد لهذا المتجر أي ذكر على خريطة الأعمال والتجارة أما الآن فإنه قد تحول إلى اسم عالمي يتضاعف دخله كل ثلاثة أشهر تقريبا ، ولكن الخبراء يشيرون إلى أن النجاح في المستقبل مرهون بثلاثة عناصر جوهرية وهي (الإبداع والتجديد ، التكامل ، التخصص) .

هذا وقد نظمت شركة (JCP) البريطانية استبيانا شمل أيضا المسؤولين عن المعلومات لدى أكبر 100 شركة من الشركات الـ 3000 المدرجة في بورصة لندن إلى أن 75 % من أولئك الذين أجابوا على أسئلة الشركة يعتقدون أن التجارة الإلكترونية ستؤثر على نشاطات تلك الشركات خلال بداية هذا القرن (5). كما خلص الاستبيان أنه من العوامل التي ستساهم في زيادة نمو التجارة الإلكترونية هو أن مثل هذه النشاطات يمكن أن تجري على مدار الساعة لذلك تستطيع تغطية دول تقع في مناطق زمنية مختلفة ، كما أن إتمام العمليات التجارية الإلكترونية بسيط نسبيا ولا يتعدى دقائق بعد مرحلة الاختيار.

كما تفيد التجارة الإلكترونية البنوك بصفة خاصة حيث يمكن من خلالها أن تسوق البنوك لخدماتها العادية ، وخدمات الاستثمار لعملائها عندما يعتاد العملاء على التعامل معها إلكترونيا تستطيع تقليص عدد فروعها والنفقات الأخرى المتصلة بذلك .

لقد شهدت التجارة الإلكترونية نموا متزايدا في السنوات الأخيرة نموا متزايدا سواء من حيث حجمها أو عدد مستخدميها ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من 50000 شركة خاصة تستخدم التجارة الإلكترونية أو الانترنيت في تسهيل تعاملاتها التجارية ، حيث تشير بعض المصادر الأمريكية إلى أن حجم التجارة الإلكترونية بين الشركات الأمريكية يفوق 300 مليار دولار في بداية هذا القرن ، كما بلغ عدد الأمريكيين

المشتركين في شبكة الانترنيت 40 مليون مشارك في سنة 2000 . أما في دول شرق آسيا فقد بلغ حجم التجارة الإلكترونية 800 مليون دولار و 500 مليون دولار في كل من إندونيسيا والفلبين وتايلاند ، وقد بدأت هذه الدول في تنفيذ خطة لتوسيع نطاق التجارة الإلكترونية بحيث تكون الوسيلة الأولى لترويج صادراتها ، أما في الدول العربية فقد بلغ حجم التجارة الإلكترونية 15 مليون دولار فقط وبلغ عدد مستخدمي الانترنيت 500000 مشترك منهم 5% فقط يستخدمون الانترنيت في تسهيل واتمام تعاملاتهم التجارية (6) .

يجب التنبيه إلى أن انتشار استخدام الانترنيت في بلد ما لا يشكل ضمانا أكيدا لقيام ورواج التجارة الإلكترونية، فقد تناولت دراسة أعدتها شركة IBM واقع التجارة الإلكترونية في كندا حيث وجدت أنه بالرغم من أن كندا تبنت الانترنيت منذ مدة طويلة ونسبة مستخدمي الشبكة فيها أكبر من نسبة مستخدمي الشبكة في الولايات المتحدة الأمريكية حيث بلغ 16% عام 1997 و 23% بالمقارنة مع الولايات المتحدة 10% عام 1997 و 17% عام 1998 ، فإن عدد المتسوقين من خلال الشبكة وصل إلى 10% في كندا مقابل 34% في الولايات المتحدة (7).

2- أنواع التجارة الإلكترونية : تتنوع التجارة الإلكترونية إلى نوعين أساسين من النشاط (6):

2-1 تجارة الأعمال مع الأعمال Business to Business (B2B) : ويقتصر التعامل فيها على الشركات ومورديها وزبائنها الكبار وذلك من خلال كلمات سرية وعناوين خاصة بالشركة غير معلنة أو منشورة .

2- 2 تجارة الأعمال للمستهلكين Business to Consumer (B2C) : يسميها البعض بالتسويق الإلكتروني Electronic Shopping أو تجارة التجزئة الإلكترونية Electronic Retailing .

3- أهمية التجارة الإلكترونية : إن التجارة الإلكترونية سوف تمثل في المستقبل القريب الصدارة في التعاملات التجارية في جميع أنحاء العالم كون أنها :

- وسيلة سهلة وبسيطة يمكن استخدامها من خلال جميع الطبقات ولأنواع من الأفراد والشركات في وقت قصير وبأقل تكلفة ممكنة .
- تتعدى حاجز الزمان والمكان حيث يمكن التعامل معها 24 ساعة في اليوم ومن أي مكان في العالم ، فهي بذلك تعتبر من أهم وأكبر تطبيقات العولمة .
- تعمل على تدفق المعلومات في الوقت المناسب الذي يحتاج فيه المتعامل إلى اتخاذ القرار المناسب .

4- دعائم وأساسيات التجارة الإلكترونية : يتطلب ممارسة التجارة الإلكترونية توفر مجموعة إمكانيات تتمثل أهمها في :

4-1 البنية التحتية : تتمثل في بنية الاتصالات وتتم عن طريق البناء الإلكتروني للبيانات مع اتساع توفير واستخدام الانترنيت، كذلك توفير استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني وغيرها من الوسائل التي تسهل عقد الصفقات إلكترونيا .

4-2 نظام رقابي وإداري لعمليات السداد : يعتبر نظام سداد العمليات من خلال شبكة الانترنيت من أهم دعائم نمو وانتشار التجارة الإلكترونية ، إذ تساعد الرسائل الإلكترونية والنقود البلاستيكية (بطاقات الدفع الإلكتروني) في تأمين التعامل ، كما يحافظ هذا النظام على سرية التعامل وعلى حقوق والتزامات جميع الأطراف المتعاملة معا .

4- 3 توفير الحماية اللازمة للمعلومات : يجب أن يكون هناك ثقة وأمان من المستهلكين على التعامل مع المواقع الإلكترونية حيث أن سهولة إنشاء موقع على الإنترنت يمكن أن تبعث كثير من المخاوف لدى المتعاملين،ويكون التساؤل الذي يراود هؤلاء عن مدى قدرة الشبكة على تأمين وحماية المعلومات من القرصنة فيما يتعلق باستخدام البطاقات الائتمانية في مجال التسويات ودفع الفواتير وغيرها .

ثانيا : مبادئ تسهيل التجارة الإلكترونية :

يضع عدد من الخبراء الاقتصاديين (وعلى رأسهم الخبراء الأمريكيون ، حيث مازالت الولايات المتحدة الأمريكية هي المهيمنة على التجار ة الإلكترونية) مجموعة من السياسات والمبادئ والتي اعتبروها مبادئ أساسية لتسهيل نمو التجار ة الإلكترونية وتتمثل في الأتي (7):

1- ضرورة إسناد القيادة للقطاع الخاص : بالرغم من قيام الحكومة في تمويل النشأة الأولى للإنترنت ، فإن التوسع الذي حدث بعد ذلك كان مدفوعا بصورة أساسية من القطاع الخاص ، وحتى تزدهر التجار ة الإلكترونية يتعين أن يستمر إسناد القيادة لهذا القطاع فالابتكار والتوسع في الخدمات ، وتعظيم المشاركة وانخفاض الأسعار لن يتحقق إلا في ساحة تحكمها مبادئ السوق .

2- ضرورة امتناع الحكومات عن فرض قيود غير ضرورية على التجارة الإلكترونية ، وبالتالي يجب أن تتوفر للأطراف القدرة على الدخول في اتفاقيات مشروعة لبيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت مع أقل مشاركة أو تدخل من جانب الحكومة .

3- عندما تكون المشاركة الحكومية ضرورية يتعين أن يكون هدفها دعم وتحقيق بيئة قانونية للتجارة متطورة مع تطور أساليب التبادل التجاري ، بحيث تكون مبسطة ، متناسقة وغير متناقضة تنظم الصفقات التجارية وذلك بحماية المستهلك والبائع ، وعندما يكون التدخل الحكومي ضروريا لتسهيل التجارة الإلكترونية يجب أن يكون الهدف منه ضمان المنافسة النزيهة وحماية الملكية الفكرية والخصوصية ومنع الاحتيال وتبني الشفافية ودعم المعاملات التجارية .

4- ضرورة تسهيل التجارة الإلكترونية على الإنترنت على أساس عالمي ، حيث تبرز الإنترنت كسوق عالمية ، وبالتالي يجب أن يحكم النظام القانوني الذي تقوم على أساسه المعاملات التجارية على الإنترنت مبادئ متناسقة على المستويين المحلي والعالمي ، يكون من شأنها إلى نتائج يمكن توقعها بصرف النظر عن المكان الذي يقيم فيه البائع والمشتري .

ثالثا : القواعد التي تحكم التجارة الإلكترونية :

يثير انتشار التجارة الإلكترونية مخاوف العديد من الأطراف وفي مقدمة هذه المخاوف قضية أمن الشبكة الدولية المعلوماتية وقضية تقنين التجارة الإلكترونية .

فالبنسبة لقضية الأمن يؤكد الخبراء على ضرورة أن تكون البنية الأساسية للمعلومات آمنة وموثوقا بها ، فإذا لم تتوفر الثقة لدى مستخدمي الأنترنت في اتصالتهم وبياناتهم في مأمن (من الاطلاع عليها أو تشويهها) فلن يقدموا على إستخدام الأنترنت بشكل روتيني من أجل التعاملات التجارية ، ولتحقيق الأمن للبنية الأساسية العالمية للمعلومات يجب أن يتوفر مايلي(8) :

- شبكة إتصال آمنة وموثوق بها ووسيلة فعالة لحماية نظم المعلومات الملحقة بهذه الشبكة .

- وسيلة فعالة للتوثيق وضمان سرية المعلومات الإلكترونية .

- توفير التدريب الجيد لمستخدمي البنية الأساسية المعلوماتية ، وخاصة تقنيات حماية المعلومات والإتصالات الإلكترونية مثل التشفير والتوثيق و التحكم في كلمات السر .....

وحتى الآن لاتوجد تقنية أو طريقة يمكنها ضمان سلامة البنية الأساسية المعلوماتية .

اما بالنسبة لتقنين التجارة الإلكترونية فقد ثار جدل حول طبيعة التشريعات التي ستحكم سيرالتجارة الإلكترونية، وكيف يمكن حماية المستهلك من منتج لايراه ، وفي هذا الصدد تم وضع العديد من الإتفاقيات الخاصة بالتبادل الإلكتروني تناولت وضع إطارتنظيمي محدد يحكم المعاملات القائمة في التبادل الإلكتروني للسلع والمعلومات، وخير مثال على ذلك الإطار الذي وضعته اللجنة الإقتصادية لأروبا في عام 1995 ، وكذلك قانون التجارة الإلكتروني الذي أعتمدته الجمعية العامة للأمم المتحدة في ديسمبر 1996 (9).

وتسعى الولايات المتحدة الأمريكية على وضع مجموعة من المبادئ التجارية الدولية الموحدة للتجارة الإلكترونية ، كما تسعى لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي كافة الجهات الدولية المعنية على مواصلة عملها في هذا المجال ، على أن يتم الاسترشاد بالمبادئ التالية عند صياغة القواعد التي تحكم التجارة الإلكترونية تتمثل أهم هذه المبادئ فيما يلي :

1- يجب أن يكون لكافة الأطراف الحرية في إقامة العلاقة التعاقدية فيما بينهم على النحو الذي يرونه مناسبا.

2- يجب أن تكون القواعد محايدة تكنولوجيا أي لا تستلزم أو تفترض تكنولوجيا معينة ، أي لاتعوق إستخدام أو وضع أي تكنولوجيا في المستقبل .

3- يجب أن يتم تعديل القواعد القائمة حاليا مع تبني قواعد جديدة بالقدر الضروري أو المطلوب أساسا لدعم إستخدام التكنولوجيا الإلكترونية .

4- يجب أن تشمل العملية القطاع التجاري عالي التقنية ، بالإضافة للمشاريع التي تدخل حتى الآن عالم الكومبيوتر .

في ظل هذه المبادئ يجب على كافة المؤسسات الدولية المعنية وضع أحكاما ومبادئ أساسية تستهدف القضاء على العوائق الإدارية والتنظيمية وتسهيل التجارة الإلكترونية .

إن التجارة الإلكترونية كأي نشاط إنساني له جوانب إيجابية وأخرى سلبية ، أما الجوانب الإيجابية فتتمثل في مدى مساهمتها في اختصار وتوفير الوقت لدى كل من البائع والمشتري ، كما أن تخفض من تكلفة السلعة ذاتها في السوق ، ويظهر الإنترنت أرخص تكلفة في بعض الحالات فمثلا استخدامه في البنوك يغنيها عن إنشاء فروع متعددة لها في أماكن مختلفة ، كما أنه في ظل هذه التجارة تتعدد أشكال استخدام الإنترنت في مجال البنوك من مجرد شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية إلى إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدتهم لدى البنك أو تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا .

كما يؤثر هذا النمط الجديد للتجارة بدرجة كبيرة على مفهوم التجارة الدولية ، وذلك بإختصار الوقت والجهد في تسويق السلع والخدمات في عدد من الأسواق المختلفة في نفس الوقت ، مع القدرة على إبرام الصفقات التجارية والمالية في فترات وجيزة جدا ،

كما تؤثرالتجارة الإلكترونية كإحدى وسائل التسويق الجديدة على عناصر التسويق التقليدية الأخرى ، مثل الإشتراك في المعارض الخارجية أو إرسال البعثات الترويجية إذ يمكن من خلال شبكة الأنترنت عرض مختلف النتجات والسلع مع كل المعلومات الضرورية المتعلقة بها .

وفي مقابل هذه المزايا التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية هناك عددا من الجوانب السلبية لعل أهمها أنها تساهم في إرتفاع معدل البطالة على المستوى العالمي .

كما أن التعامل في التجارة الإلكترونية غير آمن ، خاصة مع ظهور أساليب جد متقدمة في مجال القرصنة المعلوماتية (حل الشفرات الخاصة ببطاقة الإئتمان) ، كما أن التعامل بالتجارة الإلكترونية لا يمكن أن يحافظ على السرية إذ من السهل إختراق الشبكة المعلوماتية والحصول على المعلومات المراد الوصول إليها .

رابعا- مزايا ومخاطر التجارة الإلكترونية

1- مزايا التجارة الإلكترونية : توفر التجارة الإلكترونية إيجابيات وتسهيلات عديدة للمعاملات التجارية ، و تتيح للمستهلكين الذين يفضلون الاعتماد عليها في التسوق مزايا كثيرة ، كما تمكن الشركات التي تتبناها كأداة تسويقية بتحقيق أرباح إضافية وزيادة في حجم مبيعاتها ، فعلى سبيل المثال بلغت مبيعات شركة DELL المتخصصة في أجهزة الكمبيوتر أكثر من 7 ملايين دولار يوميا ، كما بلغت مبيعات شركة CISCO المتخصصة أيضا في مجال صناعة الكمبيوتر بليون دولار في نهاية عام القرن الماضي(10) .

لقد أثبتت التجارة الإلكترونية أهميتها وحققت العديد من المزايا أهمها :

1-1 **نفاذ أسهل إلى الأسواق وزيادة القدرة التنافسية**: إن امتلاك أي شركة لموقع على شبكة الانترنيت يعني أن أعمال الشركة ومنتجاتها تصبح متاحة لملايين الناس من مختلف بقاع العالم ، وهو ما يفتح آفاقا هائلة للانطلاق والدخول بمنتجاتها في الأسواق دون التقيد بحدود الزمان والمكان .

كما لم يعد حجم الشركة سواء كانت كبيرة أم صغيرة ، وكان رأسمالها سواء ضخما أم محدودا معيار لقدرتها على الوصول إلى الأسواق وتلبية رغبات المستهلكين ، فالكثير من الشركات التي دخلت عالم التجارة الإلكترونية والتي لم يكن لها وجود من قبل أصبحت قادرة على منافسة أكبر الشركات .

1- 2 خفض التكاليف وتوفير الوقت : يعتبر خفض تكاليف التبادل التجاري أحد المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية ، حيث أن تكلفة وضع موقع على شبكة الانترنيت أقل بكثير تكلفة من فتح عدة نقاط بيع وتصميم حملة إعلانية (11) ، زيادة على ذلك فإن تصميم موقع على شبكة الانترنيت يمكن من الوصول إلى أكبر عدد من المستهلكين ، الأمر الذي لا يمكن تحقيقه بواسطة طرق التسويق التقليدية وحتى إذا نظرنا إلى تكاليف تحديث الموقع ومتابعته فإنها تعتبر أقل بكثير بالمقارنة مع ما يمكن صرفه على طباعة الإعلانات الإشهارية .

أما من حيث الوقت فإن التجارة الإلكترونية تسمح للشركة بالتواجد 24 ساعة على 24 ساعة دون أي عطلة ، كما يعتبر زمن التوريد مرضيا نسبيا مقارنة بوسائل التجارة التقليدية فمثلا يكلف الخطاب المرسل بأرخص الأشكال البريدية من مدينة نيويورك إلى مدينة طوكيو 740 دولار ويستغرق على الأقل 5 أيام ، بينما يستغرق بالبريد الإلكتروني دقيقتين على الأكثر ويكلف 10 سنتات أمريكية (12) .

1- 3 سهولة الوصول إلى المعلومات : لقد أصبحت المعلومات في عالم التجارة الإلكترونية ذات صبغة رقمية يمكن تخزينها وتداولها بواسطة أجهزة الكمبيوتر واسترجاعها عند الحاجة دون عناء .

كما تحقق التجارة الإلكترونية سهولة ويسر في إيصال معلومات الشركة إلى المتعاملين معها ، ويصبح من الممكن عبر المواقع الإلكترونية إعلام الزبائن بكل المستجدات التي تحدث فيما يخص المنتجات الجديدة طرق الدفع وتسليم السلعة ، وبالتالي يصبح الزبائن وكل المتعاملين مع الشركة على علم دائم بالمتغيرات التي تحدث في السوق .

4-1 تفاعل أكبر مع الزبائن : يتيح تواجد الشركة على شبكة الانترنيت من الاستفادة من التغذية العكسية Feed Back التي تسمح بالتعرف على أذواق المستهلكين ورغباتهم ، وبالتالي تكييف منتجاتها حسب هذه الاحتياجات ، حيث تمكن عبارة " **اتصل بنا** " المصممة على الموقع الإلكتروني فرصة للعملاء للتعبير عن آرائهم فيما يخص منتجات الشركة (13).

كما توفر قنوات النقاش " Chaat" والمجموعات الإخبارية آفاقا واسعة للشركة للتقرب أكثر من المستهلكين ومعرفة تقييمهم لمنتجاتها ومنتجات الشركات المنافسة ، وبالتالي يمكنها تعديل سياستها التسويقية بناءا على هذه المعلومات.

كما تمنح التجارة الإلكترونية فرصة وقدرة كبيرة على تفاعل البنوك مع زبائنهم عن طريق التعامل الذكي مع بياناتهم الشخصية فيما يخص عمليات الدفع وتحويل الأموال وغيرها من العمليات .

2- تواجه التجارة الإلكترونية جملة من المخاطر والتحديات على أكثر من صعيد ، نورد أهمها في النقاط التالية :

1-1 تتم التعاملات في التجارة الإلكترونية دون الحاجة إلى إتصال مباشر بين أطراف لا يعرفون بعضهم البعض ، وهو ما يخلق إحتمال

عدم جدية هذه التعاملات من حيث بث معلومات غير صحيحة من طرف البائع أو الزبون إذ يمكن أن يتعرض هذا الأخير نتيجة عدم مطابقة السلعة أو الخدمة لتوقعاته أو مخالفتها للمواصفات المعلن عنها من خلال الموقع الإلكتروني ، أو بها عيوبا يكون قد أخفاها البائع حيث ما يعرض على شاشة الكمبيوتر أقل شفافية مما هو عليه في شكل مادي ملموس .

فكثير ما يشتكي المتسوقون عبر الإنترنت من عدم وصول طلباتهم في الوقت المحدد ، أو ما يصلهم من سلع غير مطابق للمواصفات المتفق عليها ، وما يلاحظ أن هناك تأخرا في سن قوانين وتشريعات تحد من ظاهرة الغش في المعاملات التي تتم بواسطة التجارة الإلكترونية .

خامسا- دور البنوك الإلكترونية في زيادة حجم التجارة الإلكترونية :

بدأت البنوك الإلكترونية أو بنوك الإنترنت في منتصف التسعينات من القرن الماضي ، حيث ظهر أو بنك على الشبكة في الولايات المتحدة الأمريكية ، وقد بلغ عدد البنـوك التي تعمل عبر شبـكة الإنترنت وفقا لتقرير مؤسسة Online Bankingالصادر في عام 1998 أكثر من 200 بنك (14) ، ويتوقع الخبراء والمحللون أن تظهر البنوك الافتراضية العالمية الكبيرة وتفرض نفسها في مجال تسوية المعاملات التجارية الإلكترونية أو التقليدية .

1- مفاهيم عن البنوك الإلكترونية : يستخدم تعبير أو مصطلح البنوك الإلكترونية كتعبير متطور وشامل للعديد من المفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المصرفية والمالية عن بعد، أو البنك

المنزلي ، أو البنك على الخط ، أو الخدمات المالية الذاتية (15)، وكلها تعابير تعني قيام العملاء بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان أخر ، وفي الوقت والمكان الذي يرغب العميل الدخول من خلال خط خاص إلى حساباته لدى البنك .

كما تعرف البنوك الإلكترونية بأنها منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف وبدون عمالة بشرية ، بينما يشير إليها آخرون بأنها منافذ لتسليم الخدمة المصرفية قائمة على الحاسبات الآلية ذات مدى متسع زمنيا (خدمات لمدة 24 ساعة) ومكانيا (في أماكن منتشرة جغرافيا)(16).

ومن أهم تلك المنافذ الإلكترونية آلات الصرف الذاتي والبنوك المنزلية .

وتقدم البنوك الإلكترونية حلولا متكاملة وشاملة للعملاء تنطوي على أكثر من خدمة وبتكلفة أقل من البنوك التقليدية وبسرعة فائقة ، وقد ساعد التطور في نظام الدفع النقدي الإلكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال على قدرة البنوك الإلكترونية على المنافسة والتميز .

وقد بدأ أول بنك افتراضي على شبكة الإنترنت Net Bank عام 1995 ، ثم تلته بنوك أخرى مثل Soft Bank في عام 1996 ، وفي نفس العام أقامت America Online بنكا افتراضيا أنضم إليه Bank Of America و Union Bank Of California و Citi Bank حيث أصدرت هذه المجموعة 135 مليون عرض سعر في يوم واحد خلال شهر جانفي 1999(17) .

وقد ساهمت البنوك الإلكترونية في رواج التجارة الإلكترونية بفضل وسائل الدفع التي توفرها للمتعاملين ، إذ يمكن لرجل الأعمال عقد الصفقات ودفع مستحقات تلك الصفقات عن طريق هذه البنوك دون السفر وتحمل المشاق وفي سرعة قياسية مقارنة مع الصفقات العادية .

2- أهم الخدمات المقدمة من طرف البنوك الإلكترونية : تقدم البنوك الإلكترونية تشكيلة من الخدمات تتمثل أهمها فيما يلي :

1-1 الهاتف المصرفي Phone Bank : مع تطور الخدمات المصرفية على المستوى العالمي ، أنشئت البنوك خدمة " الهاتف المصرفي " لتفادي طوابير العملاء في الاستفسار عن حساباتهم أو بعض الخدمات الأخرى ، حيث تستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا . ولقد تعددت صور الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي للعملاء والتي يمكن اختصارها فيما يلي (18):

- في ميدلاند بنك بأمريكا يتم توفير هذه الخدمة تحت اسم First Direct Account يتم من خلاله ومن خلال الاتصالات الهاتفية بالبنك عن طريق رقم سري خاص ن يمكن العميل من سحب أو تحويل الأموال أو الأمر بالدفع لصالح دائنيه مثل سداد فاتورة الهاتف أو الكهرباء ....، كما يمكن الاستفسار عن جميع المعلومات التي يطلبها العميل .

- في بريطانيا تم تقديم هذه الخدمة في عام 1985 ، حيث تعمل بواسطة شاشة متوفرة لدى العميل في منزله لها اتصال مباشر بالبنك تمكنه من معرفة كل المعلومات المتعلقة بحسابه فيما يتعلق بتحويلات الأموال أو سحب الأوراق التجارية أو مختلف العمليات الأخرى .

أما في عام 1987 فقد تم إضافة الخدمة الصوتية المباشرة بين العميل والبنك وتتم من خلال كمبيوتر خاص بالعميل للاتصال مباشرة مع الكمبيوتر الخاص بالبنك (19).

كما تطور استخدام الهاتف المصرفي من تحويل الأموال ودفع الالتزامات وإجراء العمليات المصرفية الروتينية إلى التعاقد في عقد القروض المتنوعة باستخدام تقنيات أكثر تطورا .

2-2التحويل الإلكتروني للأموال : تقوم العديد من البنوك في المشاركة في شبكة حاسبات تتولى التداول الإلكتروني لملايين القيود المحاسبية التي مختلف العمليات الدائنة والمدينة بين مختلف المصارف ، وبذلك تؤدي هذه الخدمة الدور التقليدي الغرف المقاصة المصرفية ولكن بشكل أكثر سرعة وبدرجة عالية من الكفاءة ، ومن المتوقع مد نطاق التسويات المصرفية باستخدام الأقمار الصناعية لتشمل مختلف البنوك العالمية .

ويهدف نظام التحويل الإلكتروني للأموال إلى تسهيل وتعجيل المدفوعات والتسويات بين المصارف بما يكفل تقديم خدمات أفضل للعملاء . كما سوف يعطي البنوك ميزة تنافسية في الأسواق العالمية ، إذ سوف يتيح لهذه البنوك إمكانية التسوية الفورية من دفع وتلقي للأموال عبر حساباتها الجارية لدى البنوك المركزية وتوفير دفع فوري لعملائها ، كما يشمل هذا النظام تسوية المدفوعات التي تتم عن طريق شبكة المدفوعات ن والنظام الإلكتروني لتداول الأسهم ، ومقاصة الشيكات .

2- 3 النظم المصرفية المباشرة (On Line)مع العميل: بدأت مجموعة من البنوك العالمية الكبرى في تطبيق النظم المصرفية المباشرة (On Line)مع عملائها من خلال الحاسب الآلي التواجد في المنزل أو في المكتب ، ومن خلال هذا النظام يتمكن العميل من إجراء معظم العمليات المصرفية الروتينية مثل تحويلات الأموال من حسابه إلى حسابات أخرى ، الاستفسارات عن كشف الحساب ، دفع مختلف الفواتير ، طلبات إيقاف الصرف وغيرها ، كما تمكن هذه النظم العميل من سرعة حصوله على الخدمات المطلوبة كون هذه الخدمات متاحة في أي وقت مناسب للعميل ، كما يتميز هذا النظام في اتساع نطاق العمليات المالية التي يتيحها للعملاء(20) .

4-2 الانترنيت المصرفي : إن نظام الانترنيت القائم على البنك المنزلي نظام له أهمية كبيرة سواء على مستوى البنوك أو على مستوى العملاء الذين يتوفرون على خطوط للانترنيت ، يذكر أن إقامة خط على الانترنيت يعتبر أرخص تكلفة من إقامة فرع للبنك ، كما تتعدد أشكاله فيما يلي :

1- شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية .

2- إمداد العملاء بالمعلومات الخاصة بأرصدتهم .

3 - تقديم طرق دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا .

4- كيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم وسندات) للعملاء .

5- طرق تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة .

ويتطلع العالم اليوم إلى مرحلة ما بعد الانترنت وهو ما يسمى بطريق المعلومات السريع ومن أهم ملامحها فيما يلي(21) :

1- إن الكمبيوترات الدفترية هي أصغر الحاسبات المعروفة اليوم وأكثرها قابلية للحمل ، لكن سرعان ما تكون هناك كمبيوترات في حجم الجيب بشاشات ملونة في حجم الصورة الفوتوغرافية العادية وسيطلق عليها الكمبيوتر الشخصي أو المحفظة The wallet PC ، يمكنه أن يعرض جميع الرسائل والخطابات وجداول المواعيد وقراءة وإرسال البريد الإلكتروني ، وللحفاظ على أمنه وسريته سيقوم كمبيوتر الجيب بتخزين "

الرموز السرية " التي يستخدمها العميل للتعريف بنفسه وسيكون بإمكانه إبطال هذه الرموز التي أختارها بسهولة لتفادي عمليات القرصنة وسرقة المعلومات(22) .

2- ظهور ما يسمى بالاستكشاف المكانيSpatial Navigation الذي يتيح للعميل أن يتجه إلى حيث توجد المعلومات من خلال تمكينه من التعامل مع نموذج مرئي لعالم واقعي أو كأنه الواقع تماما .

3- ظهور ما يسمى بالوكيل على شبكة المعلومات السريعة وهو عبارة عن مصفاة وقد اتخذت شكل شخصية قادرة على المبادرة حيث تكون مهمتها مساعدة العميل في البحث عن أي معلومات يطلبها وبسرعة .

4- ظهور تكنولوجيا تسمى الشبكة الرقمية للخدمات المتكاملة Integrated Services Digital Net work (ISDN) حيث تقوم هذه التقنية بنقل الصورة والبيانات بمعدل يبدأ من 64000 بت وحتى 128000 بت للثانية الواحدة ، وهو ما يعني بإمكانها إنجاز أي شيء تنجزه التكنولوجيا DSVD(البيانات الرقمية الصوتية المتزامنة) السابقة ولكن بسرعة تبلغ خمسة أو عشرة أضعاف مما يؤكد على حدوث ثورة في الاتصالات وسرعة في الأداء وتوفير الوقت بشكل لم يتخيله أحد من قبل

. (23)

سادسا- مخاطر التعامل عن طريق البنوك الإلكترونية وطرق الوقاية منها:

إن استمرارية التطورات المتقدمة في مجال المعلوماتية ودورها المتميز في مجال التجارة ستقود البنوك والمؤسسات المالية حتما نحو الشبكة العالمية للمعلومات – الانترنيت- كما هو الحال في بنوك الولايات المتحدة والبنوك الأوروبية وخاصة البلدان الاسكندنافية وحتى بعض البنوك الآسيوية.

يأتي هذا المشهد المالي المتغير بمخاطر وتحديات جديدة لإدارة البنوك وسلطات التنظيم والإشراف من شأنه التأثير على ميزات البنوك الإلكترونية ويحد من التعامل عن طريقها في ظل التحدي الذي يواجه الأنظمة الأمنية للمواقع ومن أهم المخاطر التي تواجه العملاء و البنوك الإلكترونية نفسها ما يلي:

1- المخاطر التنظيمية : نظرا لأن شبكة الإنترنت تسمح بتقديم الخدمات من أي مكان في العالم ، فإن هناك خطرا في أن تحاول البنوك التهرب من الإشراف والتنظيم(24) . فما الذي يمكن أن تفعله جهات التنظيم في هذه الحالة ؟ يمكنها أن تطالب حتى من البنوك التي تقدم خدماتها من أماكن بعيدة عن طريق شبكة الإنترنت بالحصول على ترخيص بذلك ، والترخيص وسيلة مناسبة بصفة خاصة عندما الإشراف ضعيفا وعندما لا يتوافر التعاون بشكل كاف بين البنك الافتراضي المرخص له العمل وجهة الإشراف المحلية . والترخيص هو القاعدة كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية وفي معظم بلدان الاتحاد الأوروبي ، ويجب على البنك الافتراضي المرخص له بالعمل خارج مناطق الاختصاص والذي يرغب في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وتلقي الودائع في تلك البلدان إنشاء فرع مرخص له أولا . هذه الإجراءات التي تفرضها قوانين وتوجيهات البنوك المركزية لها مخاطر قد تؤثر على العديد من الخدمات المقدمة إلكترونية وخاصة في البلدان النامية التي لم تصل بعد إلى وضع القوانين والتشريعات المرتبطة بهذا النوع من النشاط المصرفي .

2- المخاطر القانونية : تنطوي المعاملات الإلكترونية المصرفية على درجة كبيرة من المخاطر القانونية بالنسبة للبنوك، ويمكن للبنوك توسيع النطاق الجغرافي لخدماتها عن طريق المعاملات الإلكترونية بدرجة أسرع مما يمكنها تحقيقه عن طريق البنوك الإلكترونية . ومع ذلك فإنه في بعض الحالات قد لا تكون لدى

البنوك المعرفة الكاملة بالقوانين والتنظيمات المطبقة في بلد ما قبل أن تبدأ في تقديم خدماتها فيه ، سواء كان \الك بترخيص أم بدونه إذا لم يكن ذلك مطلوبا (25).

وعندما لا يكون الترخيص مطلوبا فإن البنك الافتراضي – الذي يفقد الاتصال مع الجهة المشرفة في الدولة المضيفة له – قد يجد أن الأمر أكثر صعوبة في البقاء على علم بالتغيرات التنظيمية . ونتيجة لذلك فإن البنوك الافتراضية قد تنتهك بدون قوانين حماية المستهلك ، بما في ذلك البيانات والأمور الخصوصية ، واللوائح الخاصة بالترويج ، وإذ تفعل ذلك فإنها تعرض نفسها لخسائر عن طريق الدعاوي أو الجرائم التي لا تجرى ملاحقتها بسبب تنازع الاختصاص .

كما أن غسيل الأموال يسرته كثيرا المعاملات المصرفية الإلكترونية ، نظرا لما توفره من سرية ، ولمكافحة هذه الظاهرة أصدرت العديد من الدول مبادئ توجيهية محددة بشأن تحديد العملاء ، وتشمل في الغالب توصيات للتحقق من هوية الشخص الطبيعي أو المعنوي وهويته وعنوانه قبل فتح حساب العميل ورصد المعاملات التي تتم عن طريق الاتصال المباشر وهو ما يتطلب قدرا كبيرا من اليقظة.

3- مخاطر العمليات : إن الاعتماد على التكنولوجيا في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية يعد خطرا على أمن النظام المصرفي ووجوده ، إذ أن تعرض الشبكة المعلوماتية لأي تخريب قد يؤثر على مجمل العمليات المصرفية وينتهك ضمان سرية المعلومات المتعلقة بالعملاء ، وفي هذه الحالة كثيرا ما يعزف العميل عن التعاملات المصرفية الإلكترونية .

4- المخاطر الأخرى : من الشائع وطبقا لمصطلحات الإنترنت يطلق على المهاجمين لقب المدمرين (هاكرز) حيث أنه من المفترض وحسب ما هو معروف عن هؤلاء أنه يسعون إلى تدمير الشبكة المعلوماتية حيث أن بعض مواقع التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة قد تعرضت لهجمات عديدة نظرا لثغرات في برامج لم يتم تحديثها وتعرض 40 موقعا لابتزاز من قبل متسللين من أوروبا الشرقية (26)، كما أن التصنت الإلكتروني هو الآخر محتمل جدا من قبل أولئك الأشخاص نتيجة أنه يمكن الحصول على بعض البيانات والمعلومات الإلكترونية المتسربة من جهاز الكمبيوتر والبعض الآخر من توصيلات الشبكة ثم كشفها وتجميعها لتصبح بيانات ومعلومات ذات فائدة ، لذلك فإن بعض الهيئات تحتفظ بأنظمتها في أماكن مزودة بنظام أمني لمنع تسرب المعلومات .

إن هذه الاختراقات قد تكون خارجية كما أنها قد تكون داخلية يقوم بها طرف موظف لدى البنك نفسه مخول له بالدخول إلى عناصر النظام ، هذه القضية من بين أكثر القضايا خطورة و التي واجهت العديد من البنوك في أوروبا (خاصة إنجلترا) والولايات المتحدة الأمريكية والتي كانت لها آثار سلبية في تطور ونمو العمليات الإلكترونية المصرفية وبالتالي على التجارة الإلكترونية . وتقوم بنوك عديدة بإجراء عمليات تدقيق أمنية عالية المستوى وهي عمليات تكشف للبنك أي اختراق أمني مع كيفية معالجته .

الخـــاتمة :

لا يزال مفهوم التجارة الإلكترونية غائبا عن العالم العربي في مجال التبادلات التجارية البينية أو مع العالم الخارجي ، حيث أن نصيب الدول العربية من التجارة الإلكترونية لا يتجاوز8% من حجم التجارة الإلكترونية

في العالم ، ومرد ذلك عدم وجود بنية تحتية للاتصالات ، مع عدم اهتمام رجال الأعمال باستخدام هذا النمط من التعامل بسبب عدم الدراسة في استعمال الإنترنت من جهة وعدم الثقة من جهة ثانية .

إن مصطلح التجارة الإلكترونية بالجزائر مازال لم يراوح مكانه ، هذا الواقع يعكس تخلف الجزائريين في هذا المجال وعدم مسايرتهم للتطورات العالمية ، كما يعكس صعوبة اندماج الجزائر في الاقتصاد العالمي . من الاقتراحات المقدمة إلى القائمين على القطاع التجاري والمالي والقانوني مايلي :

1- وضع التشريعات القانونية والضريبية المنظمة للتجارة الإلكترونية ، التي تعطي التعاملات والعقود التجارية وضعا قانونيا مماثلا للتعاملات والعقود التقليدية وهو الذي تم في الإطار الثنائي بين الكثير من دول العالم كما هو الحال بين الولايات المتحدة الأمريكية واليابان من خلال اتفاقية تعمل على إرساء القواعد الأساسية التي تنظم التجارة الإلكترونية.
2- إبرام اتفاقية مع إحدى المؤسسات العالمية المعترف بها للحصول على التوقيعات الرقمية Digitals Signatures والشهادات الرقمية والشهادات الرقمية Digitals certificates حتى تأخذ العقود التجارية الموقعة عبر شبكة الإنترنت صيغة قانونية .
3- العمل على إنشاء واستكمال البنية التحتية للتجارة الإلكترونية .
4- العمل على إنشاء شبكة موحدة لأجهزة الحاسب الآلي على مستوى مصالح الضرائب المختلفة و إيجاد التنسيق فيما بينها وربطها بشبكة الإنترنت .
5- إيجاد التشريع المناسب لإلزام البنوك والمؤسسات المالية بضرورة إخطار مصالح الضرائب بالتحويلات المالية التي تتم عن طريقها ، أو التنسيق مع البنوك مع وجود النص التشريعي بضرورة خصم البنوك لنسبة من التحويلات المالية التي تغطي صفقات التجارة الإلكترونية ليتم تحصيلها من طرف مصلحة الضرائب .

الهوامش والإحالات :

1- التجارة الإلكترونية وواقع العالم العربي ، شؤون خليجية ، قسم البحوث ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، القاهرة ، ديسمبر 1999 ، ص 25 .

2- التجارة الإلكترونية ، النشرة الاقتصادية ، البنك الأهلي المصري ، العدد الثالث ، المجلد الثاني والخمسون ، القاهرة ، 1999، ص10 .

3 – بهاء شاهين ، العولمة والتجارة الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر ، القاهرة ، 2000 ، ص62 .

4- التجارة الإلكترونية ، النشرة الاقتصادية ، البنك الأهلي المصري ا، مرجع سابق ، ص 10.

5- دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية ، أوراق مصر البحثية ، بنك مصر ، العدد الرابع ، 1998 ، ص 14.

6- التجارة الإلكترونية وواقع العالم العربي ، مرجع سابق ، ص 26 .

7- نفس المرجع ، ص 26.

8- جمال عبد السميع محمد ، مصر وبداية عصر التجارة الإلكترونية في القرن الواحد والعشرين ، مجلة البحوث الإدارية ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، العدد الأول ، 2000 ، ص14 .

9- روب سميس وآخرون ، التجارة الإلكترونية ، دار الفاروق للطباعة والنشر ، القاهرة ، 2000 ، ص43 .

10- بهاء شاهين ، مرجع سابق ، ص 17.

11- في التجارة الإلكترونية الوسطاء يمتنعون: WWW.C4arab.com.

12- بهاء شاهين ، مرجع سابق ، ص79 .

13- مغاوي شلبي ، البنك المحمول والنقود الإلكترونية : www.islam. online.net

14- التجارة الإلكترونية وواقع العالم العربي ، مرجع سابق ، ص27 .

15- حسام لطفي ، أبعاد التجارة الإلكترونية ، الندوة الوطنية للتجارة الإلكترونية ، 5- 6 أفريل 1998 القاهرة ، 1998 .

16- طارق عبد العال حماد ، تطبيقات التكنولوجيا في المصارف ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، القاهرة ، 2000 ، ص2 .

17- نفس المرجع السابق ، ص3.

18- طارق طه ، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، دار الكتب للطباعة والنشر ، القاهرة ، 2000 ، ص 165 .

19- Berman.B , Marketing channels , john wiley & Sons Inc, London , 1996 , p235 .

20- Ibid , pp: 236- 237.

21- دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية ، أوراق بنك مصر البحثية، العدد الرابع ، القاهرة 1998 ، ص45 .

22- نفس المرجع السابق ، ص45.

23-D. Geiben , La banque à distance, Revue d'économie financière , N° 69 , Mars 2003 , p 23.

24-H. Leinonen ,Développement de La banque en ligne dans les pays Nordiques, Revue d'économie financière , N° 69 , Mars 2003 , p 56.

25- صالح نصولي &أندريا شايختر ، تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية ، مجلة التمويل والتنمية ، واشنطن ، سبتمبر 2002 ، ص 49 .

26- www.net /arabic/news طاهرسوكار، كيفية تجنب مخاطر التجارة الإلكترونية